

تحليل إقتصادي لكفاءة أداء أسواق الجملة لتجارة الخضر والفاكهة في جمهورية مصر العربية

"دراسة حالة لسوق الجملة للخضر والفاكهة بالنزهة والعبور"

رسالة علمية مقدمة من

عمرو سعيد علي الشافعي

بكالوريوس في العلوم الزراعية كلية الزراعة بدمنهور، جامعة الاسكندرية 2007م

ماجستير في العلوم الزراعية (اقتصاد زراعي)، كلية الزراعة، جامعة دمنهور 2012م

استيفاءً للدراسات المقررة للحصول على درجة

دكتوراه الفلسفة

في العلوم الزراعية

(اقتصاد زراعي)

كلية الزراعة – جامعة دمنهور

2020

الصفحة	الموضوع
1	مدخل الدراسة
1	مقدمة
2	مشكلة الدراسة
3	أهداف الدراسة
3	الأسلوب البحثي ومصادر البيانات
	الباب الاول
	الاطار النظري والمرجعي
5	تمهيد الفصل الاول : المفاهيم البحثية والأسلوب التحليلي
5	اولا : المفاهيم البحثية
5	مفهوم الاسواق من خلال نماذج تطوير التجارة الداخلية
5	المناطق اللوجستية
6	المراكز التجارية (متنوعة أو غير متنوعة)
6	الاسواق المركزية
6	السلاسل التجارية
7	التكاليف التسويقية " Marketing Cost "
7	المصروفات التسويقية " Marketing Expenses "
7	النفقات التسويقية " Marketing Charges "
7	الفروق التسويقية " Marketing Differences "
7	الهوامش التسويقية " Marketing Margins "
8	توزيع جنيه المستهلك " The Break Down Of Consumer Pound "
8	الهيئات التسويقية (الوسطاء التسويقيون)
10	الخدمات التسويقية " Marketing Services "
11	الوظائف التسويقية "Marketing Functions"
12	الوظائف التسويقية التبادلية
13	الوظائف التسويقية التيسيرية

الصفحة	الموضوع
13	المعلومات التسويقية
14	الكفاءة التسويقية
14	تقييم أداء النظام التسويقي
17	طرق تقييم الكفاءة التسويقية
20	مشاكل تقييم الكفاءة التسويقية
20	الفاقد والكفاءة التسويقية
22	الفصل الثاني : الاستعراض المرجعي
22	أولاً - الدراسات المتعلقة بالهوامش التسويقية والكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضر
32	ثانياً - الدراسات المتعلقة بالهوامش التسويقية والكفاءة التسويقية لمحاصيل الفاكهة
35	ثالثاً : أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات والبحوث ذات الصلة بموضوعات الدراسة
	الباب الثاني
36	المؤشرات الإقتصادية لأهم محاصيل الخضر والفاكهة على المستوى القومي
36	تمهيد
36	الفصل الأول : المؤشرات الإقتصادية لأهم محاصيل الدراسة
36	أولاً: محصول الطماطم
39	ثانياً: محصول البطاطس
39	ثالثاً: محصول البرتقال
40	رابعاً: محصول العنب
41	الفصل الثاني : التطور الزمني والتنبؤ المستقبلي للكميات والأسعار
41	التطور الزمني والتنبؤ المستقبلي لكميات وأسعار أهم محاصيل الخضر والفاكهة(دراسة حالة سوق النزهة)
41	الأهمية النسبية لأهم محاصيل الخضر بسوق النزهة
41	الأهمية النسبية لأهم محاصيل الفاكهة بسوق النزهة
44	أولاً : تطور كميات وأسعار محاصيل الدراسة بسوق النزهة للفترة (2009-2018)
47	ثانياً : الدليل الموسمي لأهم محاصيل الدراسة بسوق النزهة للفترة (2009-2018)

الصفحة	الموضوع
	الباب الثالث
	المسالك والكفاءة التسويقية للحاصلات البستانية بعينة الدراسة
52	تمهيد 00
52	الفصل الأول : كفاءة استخدام الموارد الاقتصادية فى إنتاج الحاصلات البستانية
55	أولاً: الأهمية النسبية لبنود التكاليف الإنتاجية 00
55	ثانياً: المؤشرات الاقتصادية للحاصلات البستانية 00
59	ثالثاً: المسالك التسويقية للحاصلات بعينة الدراسة على مستوى المزارع 00
61	1-المؤشرات الإنتاجية 00
61	2-الأهمية النسبية للمسالك التسويقية 00
61	3-الأهمية النسبية لتكاليف العمليات التسويقية 00
64	4- الأرباحية على مستوى المزارع 00
65	رابعاً : المسالك التسويقية للحاصلات البستانية بعينة الدراسة على مستوى تاجر الجملة 00
68	خامساً : المسالك التسويقية للحاصلات البستانية على مستوى تاجر التجزئة 00
70	التكاليف التسويقية 00
70	سعر البيع 00
71	الربحية 00
71	الفصل الثانى: تقدير الكفاءة التسويقية للمحاصيل بعينة الدراسة 00
72	أولاً : المستويات السعرية و الفروق السعرية وتوزيع جنيه المستهلك وفقاً للمسلك التسويقى 00
72	ثانيا : محددات ربحية تاجر الجملة من محاصيل عينة الدراسة 00
76	ثالثا : محددات ربحية تاجر التجزئة من محاصيل عينة الدراسة 00
78	رابعاً: تقدير الكفاءة التسويقية لحاصلات الدراسة وفقاً للمسلك التسويقى 00
80	

الصفحة	الموضوع
	الباب الرابع
	الوضع التنافسي لتجارة الجملة لاهم الزروع في سوق الجملة بالنزهة
82	تمهيد
82	دراسة الوضع التنافسي داخل سوق النزهة :
85	قياس العدالة التوزيعية بالسوق
87	التفرقة السعرية كاحد اساليب تنظيم الاسواق
87	علاقة الحدود السعرية بالكمية المسوقة في كل من السوقين
90	معظمة الدخل من تسويق الخضر والفاكهة بالسوقين
	0
	الباب الخامس
	الفاقد وأهم المشكلات التسويقية لمحاصيل الدراسة بعينة الدراسة
94	الفصل الأول: الفاقد التسويقي للحاصلات البستانية بعينة الدراسة
94	تمهيد
95	اولاً : الفاقد للحاصلات على مستوى المنتج:
95	1- الفاقد الإنتاجي
96	2- الفاقد التسويقي
97	3- إجمالي الفاقد التسويقي للطن
98	4- تقدير قيمة الفاقد
99	5- الأثر الاقتصادي لتقدير الفاقد للحاصلات على مستوى الجمهورية
100	ثانياً: الفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة على مستوى تاجر الجملة
100	متوسط كمية الفاقد
101	الكمية المسوقة و إجمالي الفاقد وفقاً للمسلك التسويقي
102	الخسارة الاقتصادية التي يتحملها تاجر الجملة بالعينة

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
15	التكاليف التسويقية و السعر المزرعى و الربحية للطن على مستوى المزرعة	69
16	لمحاصيل الدراسة بمحافظة الاسكندرية للموسم الزراعى 2018/2017 اربحية تاجر الجملة من مختلف المسالك التسويقية لمحاصيل عينة الدراسة للموسم	69
17	الزراعى 2019/2018 اربحية تاجر التجزئة من مختلف المسالك التسويقية لمحاصيل عينة الدراسة	71
18	الهوامش (الفروق) التسويقية لمحصول البرتقال بالعينة البحثية للموسم الزراعى	74
19	الهوامش (الفروق) التسويقية لمحصول العنب بالعينة البحثية للموسم الزراعى	74
20	المستويات السعرية و الفروق السعرية و توزيع جنيه المستهلك لمحصول الطماطم	75
21	بعينة الدراسة المستويات السعرية و الفروق السعرية و توزيع جنيه المستهلك لمحصول البطاطس	75
22	جدول (22) معالم الدوال المقدره لمحددات ربحية تاجر الجملة من محاصيل الدراسة	76
23	لعام 2018 معالم الدوال المقدره لمحددات ربحية تاجر التجزئة من محاصيل الدراسة لعام	79
24	تقدير الكفاءة التسويقية لمحاصيل عينة الدراسة وفقاً للمسلك التسويقية بعينة الدراسة	81
25	للموسم الزراعى 2019/2018 تصنيف تجار الجملة لزروع الخضر والفاكهة الرئيسية بسوق النزهة الى فئات وفقاً	84
26	للكمية المتعامل فيها عام 2018 العلاقة بين الحدود السعرية والكمية المسوقة في كل من سوقي الجملة للخضر	89
27	والفاكهة شهريا بالعبور والنزهة للفترة (2015- 2018) الوضع التسويقي الحالي والمتوقع عند تطبيق التفرقة السعرية في سوقي الجملة	93
28	للخضر والفاكهة بالعبور والنزهة لاهم زروع الخضر والفاكهة الأهمية النسبية للفاقد التسويقي لمحاصيل الدراسة بالعينة	95
29	الفاقد الإنتاجي من الحاصلات على مستوى المنتج بعينة الدراسة	96
96	للموسم الزراعى 2019/2018	

فهرس الأشكال

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1	الأهمية النسبية للكميات المعروضة من أهم محاصيل الخضر بسوق النزهة بالإسكندرية خلال متوسط الفترة (2015-2018).	42
2	الأهمية النسبية للكميات المعروضة من أهم محاصيل الفاكهة بسوق النزهة بالإسكندرية خلال متوسط الفترة (2009-2018)	43
3	الدليل الموسمي لكميات وأسعار الطماطم في سوق النزهة خلال الفترة (2009-2018)	47
4	الدليل الموسمي لكميات وأسعار البطاطس في سوق النزهة خلال الفترة (2009-2018)	49
5	الدليل الموسمي لكميات وأسعار البرتقال في سوق النزهة خلال الفترة (2009-2018)	50
6	الدليل الموسمي لكميات وأسعار العنب في سوق النزهة خلال الفترة (2009-2018)	51
7	التوزيع الفعلي والمثالي للكمية الواردة من البطاطس لتجار الجملة بسوق النزهة عام 2018	86
8	التوزيع الفعلي والمثالي للكمية الواردة من البرتقال لتجار الجملة بسوق النزهة عام 2018	86
9	التوزيع الفعلي والمثالي للكمية الواردة من الطماطم لتجار الجملة بسوق النزهة عام 2018	86
10	التوزيع الفعلي والمثالي للكمية الواردة من العنب لتجار الجملة بسوق النزهة عام 2018	86

الملخص والتوصيات

تتمثل مشكلة الدراسة في وجود فروق تسويقية كبيرة بين الاسعار التي يحصل عليها المنتج مقابل تكاليف الإنتاج وما يدفعه المستهلك من اسعار لنفس المنتج عند شرائها، علاوة على تدني الخدمات التسويقية المقدمة وعدم الاهتمام بجودة ما يتم تسويقه وبالتالي ينعكس كل ذلك سلبيا على الطلب وعلى ما ينتج مستقبلا وبالتالي حدوث انخفاض في دخل المزارع من انتاج السلع الزراعية كما أن النظام التسويقي لمحاصيل الخضر والفاكهة في جمهورية مصر العربية بصفة عامة يواجه هو الآخر بالعديد من المشاكل والعقبات تحد من كفاءته كتعدد الوسطاء وارتفاع هوامشها التسويقية من تلك المحاصيل الأمر الذي يجعلها من اعلي الهوامش التسويقية بالنسبة لمجاميع الغذاء الاخرى مما يتسبب في ذهاب الجزء الأكبر من سعر التجزئة كأرباح لطبقة الوسطاء وارتفاع تكاليف الخدمات التسويقية مثل النقل والتعبئة والتخزين

وقد إستهدفت الدراسة بشكل اساسى الى دراسة الوضع الراهن لاقتصاديات تسويق أهم محاصيل الخضر والفاكهة المنتجة بجمهورية مصر العربية من خلال دراسة النشاط التسويقي للمحاصيل موضوع الدراسة وهم (الطماطم، البطاطس، البرتقال ، العنب) وذلك من خلال تحقيق مجموعة من الأهداف وهي (1) دراسة تطور كميات وأسعار أهم محاصيل الخضر والفاكهة بسوق النزهة خلال الفترة (2009-2018)، (2) دراسة موسمية أسعار المحاصيل موضع الدراسة بسوق النزهة خلال الفترة (2009-2018) ، (3) التنبؤ المستقبلي لكميات وأسعار أهم محاصيل الخضر والفاكهة بسوق النزهة حتى عام 2020، (4) التعرف علي الهوامش التسويقية خلال مختلف مراحل المسلك التسويقي من المزارع حتى المستهلك النهائي، والتعرف علي كيفية توزيع جنيه المستهلك خلال الفترة (2009-2018)، (5) تقدير الكفاءة التسويقية بطريقة النسب المحاسبية لأهم محاصيل الخضر والفاكهة الهامة بسوق النزهة خلال الفترة (2009-2018)، (6) التعرف علي المشاكل التي يتعرض لها المزارع عند تسويقه لهذه المحاصيل وترتيبها من حيث أهميتها النسبية للمنتج حتي يمكن التغلب عليها ومحاولة إيجاد السبل المناسبة لحلها، (7) التعرف علي صافي عائد كل من المزارع، وتاجر الجملة، وتاجر التجزئة لوحدة الوزن، (8) دراسة العلاقة بين كل من سوقي النزهة والعبور لتحديد الكمية التي يجب تسويقها في كل من السوقين من كل سلعة لتحقيق معظمة اجمالي الدخل لكل سلعة.

وقد تم اختيار سوق النزهة لتجارة الجملة للخضر والفاكهة بالاسكندرية لاختيار عينة التجار من بين المتعاملين فيه باعتباره ثاني اسواق الجملة من حيث حجم تعاملاته بعد سوق العبور بالقاهرة ، كما تم اختيار منطقة النوبارية لاختيار عينة الزراع نظرا لاهميتها النسبية في المساحة المنزرعة بمحاصيل الدراسة وقد بلغ حجم العينة المختارة من زراع عينة الدراسة 200 مزارع بمعدل 50 مزارع لكل محصول وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية من القرى ذات الاهمية النسبية داخل القطاعات المختارة لعينة الدراسة و بالقطاعات ذات الاهمية النسبية بالمساحة المنزرعة بمحاصيل الدراسة حيث تم اختيار قطاعي غرب النوبارية وجنوب التحرير لاختيار زراع عينة الدراسة لمحاصيل البرتقال والعنب والبطاطس وتم اختيار قطاع بنجر السكر وغرب النوبارية لاختيار عينة الدراسة لمحصول الطماطم نظرا لأهميته النسبية في المساحة المزروعة به في تلك القطاعات وقد تم تقسيم هذه الدراسة الى خمسة ابواب رئيسية على النحو التالي :

الباب الأول وتناول هذا الباب كمدخل لهذه الدراسة فصلان: أولهما يستعرض المفاهيم التي ترتبط بموضوع الدراسة والمتعلقة بالمسالك التسويقية المختلفة المتبعة في تسويق محاصيل الخضر والفاكهة حتى وصولها إلى المستهلك مروراً بالعديد من الوظائف التسويقية خلال المسلك التسويقي لهذه المحاصيل ، والثاني يتناول الاستعراض المرجعي للدراسات السابقة في مجال التسويق الزراعي في

مصر وذلك بغية التعرف على أهم ما توصلت إليه تلك الدراسات من نتائج يمكن الاستناد إليها لتكون تلك الدراسة استكمالاً لما لم تتناوله تلك الدراسات في هذا المجال البحثي، حيث يعتبر استعراض الدراسات والبحوث السابقة التي أجريت في مجال هذه الدراسة هي بداية التعرف على كافة الجهود والمحاولات المبذولة في هذا الشأن، وللوقوف على ما توصلت إليه هذه الأبحاث والدراسات من نتائج وتوصيات ومؤشرات يمكن الاسترشاد بها في مجال الدراسة الراهنة، كذلك أدوات التحليل التي استخدمت لتقي بغرض هذه الدراسات، لذا فقد استعرضت الدراسة أهم الدراسات والبحوث المرتبطة ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر بمجال كفاءة تسويق الحاصلات الزراعية والتي اوضحت أن النظام التسويقي في مصر يتسم بانخفاض الكفاءة الناتجة عن قصور وضعف دور المؤسسات التسويقية في القيام بدورها في تسويق محاصيل الخضروالفاكهة ، والذي ترتب عليه عدة نتائج من أهمها إرتفاع أسعار التجزئة لحد كبير لمعظم محاصيل الخضروالفاكهة بالمقارنة بأسعارهم المزرعية، وإنخفاض نصيب المنتج من سعر المستهلك مع إرتفاع الهوامش التسويقية لكل من تجار الجملة والتجزئة دون تقديم أي خدمات تسويقية تذكر نظير الهوامش التسويقية المرتفعة التي يحصلون عليها، مما يؤدي لإنخفاض الكفاءة التسويقية، وعدم إقبال معظم المنتجين على القيام بعمليات الفرز والتدريج بعد الحصاد، بالرغم من زيادة سعر السلعة بعد إجراء هذه العمليات، نظراً لعدم مواكبة زيادة تكاليف التسويق مع الزيادة في السعر، الأمر الذي لا يحفز المنتجين على القيام بها، وإتسام التركيب السوقي لأسواق الجملة باحتكار القلة في تسويق الخضروالفاكهة والتحكم في العملية التسويقية، وذلك من خلال كبر الكمية التي يتعاملون فيها والقدرة على مساومة المنتجين عند عملية الشراء، وانخفاض الكفاءة التسويقية لمحاصيل الخضر والفاكهة وخاصة للمحاصيل سريعة العطب وإرتفاع الكفاءة التسويقية للمحاصيل القابلة للتخزين، وارتفاع نسبة الفاقد نتيجة عدم الاهتمام بإجراء بعض العمليات التسويقية سواء بعد الحصاد او في اسواق الجملة.

أما الباب الثاني فتناول دراسة المؤشرات الإقتصادية لأهم محاصيل الخضر والفاكهة على المستوى القومي، بالنسبة لمحصول الطماطم تراوحت مساحته بين حد أدنى بلغ حوالي 224.6 ألف فدان عام 2017 وحد أقصى بلغ حوالي 391.2 ألف فدان عام 2014، بمتوسط سنوي بلغ حوالي 312.8 ألف فدان، بمقدار نقص سنوي قدر بحوالي 846.3 ألف فدان وبمعدل تغير سنوي قدر بنحو 2.9% عند مستوى معنوية 5% . وتراوح إنتاجه بين حد أدنى بلغ حوالي 4.749 مليون طن عام 2015، وحد أقصى بلغ حوالي 6.994 مليون طن عام 2014، بمتوسط سنوي قدر بنحو 5.474 مليون طن وتراوحت انتاجيته بين حد أدنى بلغ حوالي 16.3 طن عام 2017 وحد أقصى بلغ حوالي 18.3 طن خلال عام 2011 بمتوسط سنوي قدر بنحو 17.4 طن، بنسبة زيادة سنوية قدرت بنحو 0.148 طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 0.9% عند مستوى معنوية 5% خلال فترة الدراسة وبالنسبة لمحصول البطاطس فقد تراوحت المساحة المزروعة بين حد أدنى بلغ حوالي 197.2 ألف فدان عام 2009 وحد أقصى بلغ حوالي 390.8 ألف فدان عام 2017 بمتوسط سنوي قدر بنحو 293 ألف فدان بنسبة زيادة سنوية تقدر بنحو 167.6 ألف فدان بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 6.3% عند مستوى معنوية 1% . وتراوح انتاجه بين حد أدنى بلغ حوالي 2.039 مليون طن عام 2009، وحد أقصى بلغ حوالي 4.338 مليون طن عام 2017، بمتوسط سنوي قدر بنحو 3.169 مليون طن بنسبة زيادة سنوية قدرت بنحو 2052.6 ألف طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 7.3% عند مستوى معنوية 1% . وتراوحت انتاجيته بين حد أدنى بلغ حوالي 10.27 طن عام 2010 وحد أقصى بلغ حوالي 11.10 طن خلال عامي 2015، 2017 بمتوسط سنوي قدر بنحو 10.75 طن، بنسبة زيادة سنوية قدرت بنحو 0.11 طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 10% عند مستوى معنوية 1% خلال فترة الدراسة، وبالنسبة لمحصول البرتقال تراوحت مساحته بين حد أدنى بلغ حوالي 197.7 ألف فدان عام 2009 وحد أقصى بلغ حوالي 273.04 ألف فدان عام 2018 بمتوسط سنوي قدر بنحو 218.9 ألف فدان بنسبة زيادة سنوية تقدر بنحو 225 ألف فدان بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 2.2% عند مستوى معنوية 1%.

وتراوح انتاجه بين حد أدنى بلغ حوالي 1.767 مليون طن عام 2009، وحد أقصى بلغ حوالي 2.620 مليون طن عام 2018، بمتوسط سنوي قدر بنحو 2.184 مليون طن بنسبة زيادة سنوية قدرت بنحو 799.25 ألف طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 3.9% عند مستوى معنوية 1% وتراوحت انتاجيته بين حد أدنى بلغ حوالي 8.9 طن عام 2009 وحد أقصى بلغ حوالي 10.14 طن خلال عام 2012 بمتوسط سنوي قدر بنحو 9.68 طن، بنسبة زيادة سنوية قدرت بنحو 0.154 طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 1.7% عند مستوى معنوية 1% خلال فترة الدراسة .

واخيرا محصول العنب تراوحت مساحته بين حد أدنى بلغ حوالي 155.1 ألف فدان عام 2009 وحد أقصى بلغ حوالي 171.97 ألف فدان عام 2017 بمتوسط سنوي قدر بنحو 165.4 ألف فدان، بنسبة زيادة سنوية تقدر بنحو 232.2 ألف فدان بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 1.6% عند مستوى معنوية 1%. وتراوح انتاجه بين حد أدنى بلغ حوالي 1.196 مليون طن عام 2009، وحد أقصى بلغ حوالي 1531.4 ألف طن عام 2014، بمتوسط سنوي قدر بنحو 1.364 مليون طن، بنسبة زيادة سنوية قدرت بنحو 289.8 ألف طن، بمعدل نمو سنوي قدر بنحو 2.4% عند مستوى معنوية 1%. وتراوحت انتاجيته بين حد أدنى بلغ حوالي 7.71 طن عام 2009 وحد أقصى بلغ حوالي 9.17 طن خلال عام 2014 بمتوسط سنوي قدر بنحو 8.25 طن، كما ثبت عدم معنوية معدل النمو للإنتاجية الفدانية لمحصول العنب لإجمالي الجمهورية كما تناول هذا الباب دراسة التطور الزمني والتنبؤ المستقبلي لكميات واسعار محاصيل العينة وبدراسة الأهمية النسبية للكميات المعروضة من أهم محاصيل الخضر والفاكهة بسوق النزهة بالإسكندرية خلال متوسط الفترة (2015-2018)، تبين ان الطماطم احتلت المرتبة الأولى بنسبة تقدر بنحو 15.4%، يليها البطاطس بنسبة تقدر بنحو 11.2%، ثم البصل بنسبة تقدر بنحو 8.3%، يليها الباذنجان بنسبة تقدر بنحو 7.3%، ثم الكوسة بنسبة تقدر بنحو 6.7%، ثم الثوم بنسبة تقدر بنحو 5.5% خلال متوسط الفترة (2015-2018). وبالنسبة للفاكهة احتل البرتقال المرتبة الأولى بنسبة تقدر بنحو 13.1%، يليه العنب البلدي بنسبة تقدر بنحو 11.5%، ثم الموز البلدي بنسبة تقدر بنحو 8.4%، يليه البطيخ بنسبة تقدر بنحو 8.1%، ثم الجوافة بنسبة تقدر بنحو 8.6% خلال متوسط الفترة (2015-2018).

وبدراسة الدليل الموسمي لأهم محاصيل الدراسة في سوق النزهة خلال الفترة (2009-2018)

تبين انه بالنسبة لمحصول الطماطم إن الدليل الموسمي ينخفض دون المتوسط خلال شهر أبريل، مايو، يونيو، يوليو، سبتمبر، نوفمبر، وديسمبر وبلغ حده الأدنى خلال شهر ديسمبر بحوالي 58.6% من المتوسط، في حين يرتفع الدليل الموسمي عن المتوسط خلال الشهور يناير، فبراير، مارس، أغسطس، وأكتوبر وبلغ حده الأقصى خلال شهر فبراير بحوالي 152.3% من المتوسط .

وبالنسبة لمحصول البطاطس تبين إن الدليل الموسمي ينخفض دون المتوسط خلال شهر يناير، مايو، يوليو، أغسطس، سبتمبر، أكتوبر، وبلغ حده الأدنى خلال شهر أغسطس بحوالي 48.24% من المتوسط، في حين يرتفع الدليل الموسمي عن المتوسط خلال الشهور فبراير، مارس، أبريل، يونيو، نوفمبر، وديسمبر وبلغ حده الأقصى خلال شهر ديسمبر بحوالي 163.1% من المتوسط .

وبالنسبة لمحصول البرتقال تبين إن الدليل الموسمي ينخفض دون المتوسط خلال شهر يناير ، فبراير، يونيو ، يوليو ، أغسطس، أكتوبر، نوفمبر، وديسمبر وبلغ حده الأدنى خلال شهر ابريل بحوالي 89.7% من المتوسط ، في حين يرتفع الدليل الموسمي عن المتوسط خلال الشهور مارس ، أبريل ، مايو ، يوليو ، سبتمبر وبلغ حده الأقصى خلال شهر فبراير بحوالي 132.9% من المتوسط .وبالنسبة لمحصول العنب تبين إن الدليل الموسمي ينخفض دون المتوسط خلال شهر يوليو، سبتمبر ، أكتوبر، نوفمبر وديسمبر وبلغ حده الأدنى خلال شهر نوفمبر بحوالي 85.1% من المتوسط ، في حين

يرتفع الدليل الموسمي عن المتوسط خلال الشهور مايو ، يونيو وبلغ حده الأقصى خلال شهر فبراير بحوالي 142.3 % من المتوسط .

وقد تبين من نتائج التنبؤ بالكميات الشهرية للطماطم التي سترد لسوق النزهة في عام 2020، ومن المتوقع أن تبلغ الكميات الواردة للسوق أدناها في شهر ديسمبر حوالي 2.88 ألف طن، بينما ستبلغ أقصاها في شهر فبراير حوالي 7.4 ألف طن، كما تبين أيضاً من نتائج التنبؤ بالأسعار الشهرية للطماطم التي سوف تباع في سوق النزهة في عام 2020، ومن المتوقع أن تبلغ أسعار الطماطم المباعة في السوق أدناها في شهر يوليو حوالي 1.03 ألف جنيه للطن، بينما ستبلغ أقصاها في شهر مارس حوالي 2.43 ألف جنيه للطن، بينما تبين من نتائج التنبؤ بالكميات الشهرية للبطاطس التي سترد لسوق النزهة في عام 2020، ومن المتوقع أن تبلغ أدناها في شهر أغسطس حوالي 1.26 ألف طن، بينما ستبلغ أقصاها في شهر مارس حوالي 4.2 ألف طن، وبمتوسط سيبلغ حوالي 2.64 ألف طن في عام 2015، كما تبين أيضاً من نتائج التنبؤ بالأسعار الشهرية للبطاطس التي سوف تباع في سوق النزهة في عام 2020، ومن المتوقع أن تبلغ أسعار البطاطس المباعة في السوق أدناها في شهر يناير حوالي 1.58 ألف جنيه للطن، بينما ستبلغ أقصاها في شهر أكتوبر حوالي 2.99 ألف جنيه للطن، كما تبين أيضاً من نتائج التنبؤ بالأسعار الشهرية للبرتقال التي سوف تباع في سوق النزهة في عام 2020، ومن المتوقع أن تبلغ أسعار البرتقال المباعة في السوق أدناها خلال شهري فبراير ومارس حوالي 1250 جنيه للطن، بينما ستبلغ أقصاها في خلال شهر أغسطس حوالي 3000 جنيه للطن، وتبين من نتائج التنبؤ بالكميات الشهرية للعنب التي سترد لسوق النزهة في عام 2020، ومن المتوقع أن تبلغ الكميات الواردة للسوق أدناها في شهر مايو حوالي 426.6 ألف طن، بينما ستبلغ أقصاها في شهر سبتمبر حوالي 6.9 مليون طن، كما تبين أيضاً من نتائج التنبؤ بالأسعار الشهرية للعنب التي سوف تباع في سوق النزهة في عام 2020، ومن المتوقع أن تبلغ أسعار البرتقال المباعة في السوق أدناها خلال شهر نوفمبر حوالي 3.6 ألف جنيه للطن، بينما ستبلغ أقصاها في خلال شهر مايو حوالي 5.9 ألف جنيه للطن.

وتناول **الباب الثالث** دراسة كل من كفاءة استخدام الموارد الإقتصادية في إنتاج الحاصلات بعينة الدراسة بمنطقة النوبارية، وكذلك المسالك التسويقية التي يسلكها كل من المزارعين وتجار الجملة، وتجار التجزئة وتمثلت طرق البيع بسوق الجملة النزهة في البيع بالعمولة والبيع بالمزاد العلني والبيع بالممارسة وتناول الفصل الاول كفاءة استخدام الموارد الإقتصادية في إنتاج الحاصلات البستانية من خلال دراسة الأهمية النسبية لأهم بنود التكاليف الإنتاجية الفدانية والمؤشرات الاقتصادية و المسالك التسويقية للحاصلات موضع الدراسة بمنطقة النوبارية خلال الموسم الزراعي 2018/2017. وبالنسبة لمحصول البرتقال كان اهم بنود التكاليف الإنتاجية الكلية (التكاليف الثابتة والتكاليف المتغيرة) للفدان من محصول البرتقال بقرى العينة البحثية أن إيجار الفدان بلغ بحوالي 8980 جنيه تمثل نحو 52,8% من التكاليف الكلية في حين قُدرت التكاليف الإنتاجية المتغيرة بحوالي 8029 جنيه مثلت نحو 47,2% من التكاليف الكلية للفدان والبالغة حوالي 17009 جنيه، بينما تقدر تكاليف العمليات الزراعية لمحصول البرتقال المتمثلة في تكاليف العمالة البشرية والعمل الآلي بحوالي 3040 جنيه تعادل نحو 37,9%، 17,9% من التكاليف المتغيرة والتكاليف الكلية على التوالي، وتأتى تكلفة العمالة البشرية في المرتبة الاولى من اجمالي تكاليف العمليات الزراعية حيث قدرت بحوالي 2738 جنيه تعادل نحو 95,1% من إجمالي تكاليف العمليات الزراعية، يليها تكاليف العمل الآلي والتي قدرت بحوالي 302 جنيه تعادل نحو 4,9% من إجمالي تكاليف العمليات الزراعية. وتقدر قيمة مستلزمات الإنتاج بحوالي 4305 جنيه تمثل نحو 53,6% من جملة التكاليف المتغيرة ، وبالنسبة لمحصول العنب تبين ان أهم بنود التكاليف الإنتاجية الكلية هي التكاليف الثابتة للفدان سنوياً والتي

قُدرت بحوالي 8460 جنيه مثلت نحو 49,8% من التكاليف الكلية ، في حين قُدرت التكاليف الإنتاجية المتغيرة بحوالي 8520 جنيه مثلت نحو 50,2% من التكاليف الكلية للفدان والبالغة 16980 جنيه. كما إتضح أن قيمة مستلزمات الإنتاج تأتي في مقدمة عناصر التكاليف المتغيرة من حيث الأهمية النسبية، حيث بلغت قيمتها حوالي 4762 جنيه مثلت نحو 55,9%، 28% من جملة التكاليف المتغيرة والتكاليف الكلية على التوالي، وبالنسبة لمحصول الطماطم اتضح ان أهم بنود هيكل التكاليف الإنتاجية الكلية لمحصول الطماطم بقرى العينة البحثية . وقد تبين منه أن تكاليف إيجار الفدان في الموسم الزراعي لمحصول الطماطم قُدرت بحوالي 4510 جنيه مثلت نحو 31,6% من التكاليف الكلية في حين قُدرت التكاليف الإنتاجية المتغيرة بحوالي 9771 جنيه مثلت نحو 68,4% من التكاليف الكلية للفدان والبالغة نحو 14281 جنيه. كما إتضح أن قيمة مستلزمات الإنتاج جاءت في مقدمة عناصر التكاليف المتغيرة من حيث الأهمية النسبية، حيث بلغت قيمتها حوالي 7232 جنيه مثلت نحو 74%، 50,6% من جملة التكاليف المتغيرة والتكاليف الكلية على التوالي، اما بالنسبة لمحصول البطاطس إتضح أن إيجار الفدان في الموسم الزراعي قُدر بحوالي 4620 جنيه مثلت نحو 27,2% من التكاليف الكلية ، في حين قُدرت التكاليف الإنتاجية المتغيرة بحوالي 12369 جنيه مثلت نحو 72,8% من التكاليف الكلية للفدان والبالغة 16989 جنيه، كما تبين أن قيمة مستلزمات الإنتاج جاءت في مقدمة عناصر التكاليف المتغيرة من حيث الأهمية النسبية، حيث قد بلغت قيمتها حوالي 9794 جنيه مثلت نحو 79,1%، 57,7% من جملة التكاليف المتغيرة والتكاليف الكلية على الترتيب. وقد تبين من دراسة الأهمية النسبية للمسالك التسويقية المتبعة في تسويق البرتقال بعينة الدراسة بمنطقة النوبارية ان المسالك التسويقية التي يتم من خلالها تصريف المحصول داخل المزرعة تمثل حوالي 76% من زراع عينة الدراسة والمسالك التي تتبع في تصريفه خارج المزرعة تمثل نحو 24% وان اهم المسالك المتبعة في تصريفه داخل المزرعة هي التعاقد باهمية نسبية 34% والبيع لتاجر الجملة باهمية نسبية 24% واهم المسالك المتبعة في تصريفه خارج المزرعة هي البيع لتاجر الجملة بالسوق باهمية نسبية 12% . كما تبين ان تصريف محصول العنب داخل المزرعة يمثل حوالي 62% وتصريفه خارجها يمثل نحو 38% وان اهم المسالك المتبعة في تصريفه داخل المزرعة هي البيع لتاجر الجملة باهمية نسبية نحو 38% واهم المسالك المتبعة في تصريفه خارج المزرعة هي البيع لتاجر الجملة بالسوق باهمية نسبية نحو 20% . كما تبين ان تصريف الطماطم داخل المزرعة يمثل نحو 34% وتصريفها خارجها يمثل نحو 66% وان اهم المسالك في تصريفها داخل المزرعة هي البيع لتاجر الجملة باهمية نسبية 18% واهم المسالك في تصريفها خارج المزرعة هي البيع لتاجر الجملة بالسوق باهمية نسبية 54% . كما تبين ان تصريف البطاطس داخل المزرعة يمثل نحو 60% وتصريفها خارج المزرعة يمثل 40% وان اهم المسالك المتبعة في تصريفها داخلها هي التعاقد للتصنيع بنحو 50% واهم المسالك المتبعة في تصريفها خارج المزرعة هي البيع لتاجر الجملة بالسوق باهمية نسبية 22%. كما تبين ان اعلى المسالك التسويقية اربحية لزراع البرتقال هي البيع للشركات حيث بلغت اربحية الطن حوالي 810 جنيه يليه البيع كلاله بحوالي 323 جنيه للطن ثم البيع لتاجر الجملة بالسوق باربحية حوالي 187 جنيه للطن واخيرا البيع على راس المزرعة باربحية 115 جنيه للطن. كما تبين ان اعلى المسالك التسويقية اربحية لزراع العنب هو التسليم لشركات التصدير باربحية بلغت 1645 جنيه للطن يليه البيع كلاله باربحية 859 جنيه للطن ثم البيع على راس المزرعة باربحية 464 جنيه للطن، واخيرا البيع لتاجر الجملة بالسوق باربحية حوالي 554 جنيه للطن. وكانت اعلى المسالك التسويقية اربحية لزراع الطماطم هو البيع كلاله باربحية بلغت 207 جنيه للطن، ثم البيع على راس المزرعة

بحوالي 180 جنيه للطن، واخيرا البيع لتاجر الجملة بالسوق باربحية حوالي 132 جنيه للطن، وكان اعلى المسالك التسويقية اربحية لزراع البطاطس هو التسليم للشركات باربحية حوالي 700 جنيه للطن ثم البيع على راس المزرعة باربحية 339 جنيه للطن، واخيرا البيع لتاجر الجملة بالسوق باربحية 203 جنيه للطن. كما تبين من تقدير الفروق التسويقية ان الفرق النسبي الشرائي لمرحلة تجارة التجزئة اعلى من نظيره لمرحلة تجارة الجملة لجميع محاصيل الدراسة باستثناء البطاطس حيث بلغ متوسط الفروق لمختلف المسالك التسويقية على مستوى تجارة التجزئة لمحاصيل الدراسة حوالي 33.1% للبرتقال، 36.1% للعنب، 43.7% للطماطم، 14.3% للبطاطس، في حين بلغت نظيرتها على مستوى تجارة الجملة حوالي 12.2% للبرتقال، 18.3% للعنب، 30.8% للطماطم، 15.3% للبطاطس.

كما تبين من تقدير معاملات الكفاءة التسويقية لمحاصيل الدراسة انها تراوحت لمحصول البرتقال بين حد اعلى بلغ حوالي 87.5% في حالة بيع المحصول لتاجر الجملة بالسوق وحد ادنى حوالي 82.6% في حالة البيع كلاله، وتراوحت للعنب بين حد اعلى بلغ حوالي 76.6% في حالة بيع المحصول لتاجر الجملة بالسوق وحد ادنى حوالي 71.7% في حالة البيع كلاله، وتراوحت للطماطم بين حد اعلى بلغ حوالي 66.6% في حالة بيع المحصول لتاجر الجملة بالسوق وحد ادنى حوالي 61.5% في حالة البيع كلاله، وتراوحت للبطاطس بين حد اعلى بلغ حوالي 83.6% في حالة بيع المحصول لتاجر الجملة بالسوق وحد ادنى حوالي 80.7% في حالة البيع لتاجر الجملة بالمزرعة.

وتناول **الباب الرابع** تقييم تجار الجملة المتعاملين بسوق النزهة لتجارة الجملة للخضر والفاكهة بالاسكندرية وتقسيمهم الى فئات حسب حجم تعاملاتهم من محاصيل الدراسة لقياس العدالة التوزيعية بالسوق للحكم من خلالها لاعلى درجة سيادة المنافسة او الاحتكار بالسوق وتقدير معامل جيني (نسبة التركيز) ومنحنى لورنز وقد تبين ان قيمة هذا المعامل بلغت نحو 24.7% لتجارة البرتقال، ونحو 31.2% للعنب، وللطماطم نحو 39.5%، وللبطاطس نحو 56.9%، وهو ما يشير الى ان الوضع التسويقي التنافسي في سوق النزهة لكل من البرتقال والعنب يميل الى الاحتكار، وان احتكار القلة هو الذي يسود في تسويق كل من البطاطس والطماطم داخل السوق وهو اكثر سيادة في البطاطس عنه في الطماطم.

ولمعرفة معظمة الدخل من تسويق الخضر والفاكهة بالسوقين تم استخدام اسلوب التفرقة السعرية Price Discrimination لمعظمه اجمالي الدخل عند تسويق الزروع موضع الدراسة في سوقي الجملة الرئيسية بروض الفرج والنزهة . حيث تبين من تسويقها اختلاف متوسط الحدود السعرية واختلاف المروونات السعرية بهما وهذان هما الشرطان الرئيسيان لاستخدام اسلوب التفرقة السعرية في تسويق سلعة معينة والتي من خلالها يمكن للجهاز التسويقي تحقيق أقصى ربحية، فبالنسبة للبرتقال وجد ان متوسط الكمية المسوقة حاليا في سوقي النزهة والعبور شهريا تقدر بنحو 13874.2 طن ، اختص سوق النزهة بتسويق 37.4% وسوق العبور بنحو 62.6% من الكمية المسوقة ، وقدر متوسط الحد الادنى لسعر الجملة في كل من سوقي النزهة والعبور بنحو 1.8، 2 جنيه/كجم ، وبتقدير علاقة السعر بالكمية المسوقة ثبت معنويتها إحصائيا في كل من السوقين ، وبلغت المرونة السعرية في الأول 0.301 وفي الثاني 0.257 على الترتيب، وبلغ اجمالي قيمة الكمية المسوقة شهريا في السوقين نحو 25841.6 ألف جنيه وفقا لنظام التسويق الحالي ، وبتطبيق اسلوب التفرقة السعرية في كل من السوقين لنفس الكمية المسوقة شهريا تبين ان الكمية الواجب تسويقها في كل من السوقين يستلزم تقسيمها بنسبة 33.8%، 66.2% على الترتيب لكل من النزهة والعبور ، ومتوسط الحد الادنى لسعر الجملة يتوقع ان

يزيد في النزهة الى نحو 2.2 جنيه/كجم ويتناقص في سوق العبور الى 1.95 جنيه/كجم ، واجمالي قيمة الانتاج المسوق شهريا فيهما يتوقع ان يقدر بنحو 28226.9 الف جنيه وذلك بزيادة تقدر بنحو 2385.3 الف جنيه، وبناء عليه يتوقع ان تقدر المرونة السعرية بنحو 0.207، 0.258 في كل من سوق النزهة والعبور على الترتيب، وبالنسبة للعنب وجد ان متوسط الكمية المسوقة شهريا تقدر بنحو 17988.2 طن ، اختص سوق النزهة بتسويق 30.3% وسوق العبور بنحو 69.7% من الكمية المسوقة ، وقدر متوسط الحد الادنى لسعر الجملة في كل من سوقي النزهة والعبور بنحو 5.1، 4.21 جنيه/كجم ، وبتقدير العلاقة بين الحد الادنى للسعر والكمية المسوقة شهريا ثبت معنويتها احصائيا في كل من السوقين ، وبلغت المرونة السعرية في الاول 0.207 وفي الثاني 0.511 على الترتيب، وبلغ اجمالي قيمة الكمية المسوقة شهريا في السوقين نحو 80580.74 الف جنيه وفقا لنظام التسويق الحالي ، وبتطبيق اسلوب التفرقة السعرية في كل من السوقين لنفس الكمية المسوقة شهريا تبين ان الكمية الواجب تسويقها في كل من السوقين يستلزم تقسيمها بنسبة 38.7%، 61.3% على الترتيب لكل من سوقي النزهة والعبور ، ومتوسط الحد الادنى لسعر الجملة يتوقع ان يزيد في العبور الى نحو 4.95 جنيه/كجم ويتناقص في سوق النزهة الى 4.8 جنيه/كجم ، واجمالي قيمة الانتاج المسوق شهريا فيهما يتوقع ان يقدر بنحو 87997.16 الف جنيه وذلك بزيادة تقدر بنحو 7416.42 الف جنيه، وبناء عليه يتوقع ان تقدر المرونة السعرية بنحو 0.18، 0.21 في كل من سوق النزهة والعبور على الترتيب، اما بالنسبة للبطاطم في كل من سوقي النزهة والعبور خلال نفس فترة الدراسة وتبين ان متوسط الكمية المسوقة شهريا تقدر بنحو 22733.28 طن ، اختص سوق النزهة بتسويق 40% وسوق العبور بنحو 60% من الكمية المسوقة ، وقدر متوسط الحد الادنى لسعر الجملة في كل من سوقي النزهة والعبور بنحو 1.5، 1.92 جنيه/كجم ، وبتقدير العلاقة بين الحد الادنى للسعر والكمية المسوقة شهريا ثبت معنويتها احصائيا في كل من السوقين ، وبلغت المرونة السعرية في الاول 0.103 وفي الثاني 0.81 على الترتيب، وبلغ اجمالي قيمة الكمية المسوقة شهريا في السوقين نحو 39825 الف جنيه وفقا لنظام التسويق الحالي ، وبتطبيق اسلوب التفرقة السعرية في كل من السوقين لنفس الكمية المسوقة شهريا تبين ان الكمية الواجب تسويقها في كل من السوقين تستلزم تقسيمها بنسبة 34%، 66% على الترتيب لكل من سوقي النزهة والعبور ، ومتوسط الحد الادنى لسعر الجملة يتوقع ان يزيد في العبور الى نحو 1.95 جنيه/كجم ويتناقص في سوق النزهة الى 1.8 جنيه/كجم ، واجمالي قيمة الانتاج المسوق شهريا فيهما يتوقع ان يقدر بنحو 42079.25 الف جنيه وذلك بزيادة تقدر بنحو 2254 الف جنيه، وبناء عليه يتوقع ان تقدر المرونة السعرية بنحو 0.04، 0.03 في كل من سوق النزهة والعبور على الترتيب، وبالنسبة للبطاطس وجد ان متوسط الكمية المسوقة شهريا تقدر بنحو 17968.61 طن ، اختص سوق النزهة بتسويق 40% وسوق العبور بنحو 60% من الكمية المسوقة ، وقدر متوسط الحد الادنى لسعر الجملة في كل من سوقي النزهة والعبور بنحو 2.1، 2.8 جنيه/كجم ، وبتقدير العلاقة بين الحد الادنى للسعر والكمية المسوقة شهريا ثبت معنويتها احصائيا في كل من السوقين ، وبلغت المرونة السعرية في الاول 0.63 وفي الثاني 0.21 على الترتيب، وبلغ اجمالي قيمة الكمية المسوقة شهريا في السوقين نحو 45285.1 الف جنيه وفقا لنظام التسويق الحالي ، وبتطبيق اسلوب التفرقة السعرية في كل من السوقين لنفس الكمية المسوقة شهريا تبين ان الكمية الواجب تسويقها في كل من السوقين يستلزم تقسيمها بنسبة 35.1%، 64.9% على الترتيب لكل من سوقي النزهة والعبور ، ومتوسط الحد الادنى لسعر الجملة يتوقع ان يزيد في النزهة الى نحو 2.55 جنيه/كجم ويتناقص في سوق العبور الى 2.6 جنيه/كجم ، واجمالي قيمة الانتاج المسوق شهريا فيهما يتوقع ان يقدر بنحو 48735.3 الف جنيه وذلك

زيادة تقدر بنحو 3450.2 ألف جنيه، وبناء عليه يتوقع ان تقدر المرونة السعرية بنحو 0.06،، 0.08 في كل من سوق النزهة والعبور على الترتيب.ومن ثم يتضح من الوضع التسويقي الحالي للزروع موضع الدراسة الى ان الكمية المسوقة في السوقين من كل سلعة لا يتحقق معها معظمة الايراد (الدخل) في ظل ما ثبت من اختلاف المرونة السعرية لكل سلعة بالسوقين ويرجع ذلك الى عدة اسباب منها تعود المنتجين في تسويق منتجاتهم لسوق وتاجر معين ، عدم توافر المعلومات عن الكميات والاسعار في كل من السوقين ، حصول تجار التجزئة على احتياجاتهم من منافذ اخرى غير اسواق الجملة الرئيسية ، او قد يرجع الى عدم دقة البيانات المسجلة عن الكميات والاسعار . الامر الذي ترتبت عليه عند تطبيق اسلوب التفرقة السعرية على السوقين تغيير الكمية التي يجب تسويقها من الزروع موضع الدراسة ، حيث ان الكمية المسوقة من العنب في سوق النزهة يجب ان تزيد بنحو 8.4% عن الوضع الحالي، وان تلك الزيادة تنقص من الكمية المسوقة بسوق العبور ، في حين ان الكمية المسوقة من البرتقال والطماطم والبطاطس في سوق العبور يجب ان تتزايد بنسبة 4.4%، 6%، 5%، عن الوضع الحالي ، على ان يتم نقص تلك الكمية ليتم تسويقها في سوق النزهة حتى يمكن تحقيق اقصى ربحية.

اما **الباب الخامس** فقد تناول الفاقد وأهم المشكلات التسويقية لمحاصيل الدراسة بعينة الدراسة بمحافظة الأسكندرية، وبدراسة الأهمية النسبية للفاقد التسويقي لعينة الدراسة أن جاء محصول الطماطم في المرتبة الأولى من حيث كمية الفاقد بين محاصيل الدراسة حيث بلغت المساحة المنزرعة بالعينة حوالي 129 فدان بمتوسط إنتاجية للفدان بلغت حوالي 25,8 طن للفدان، وبلغت كمية الفاقد من الطماطم حوالي 292 كجم/طن بنسبة 29,2% من اجمالي الانتاج ، في حين جاء محصول العنب في المرتبة الثانية حيث بلغت المساحة المنزرعة بالعينة حوالي 206 فدان بمتوسط إنتاجية للفدان بلغت حوالي 10,8 طن للفدان، وبلغت كمية الفاقد حوالي 200 كجم/طن بنسبة 20% من إجمالي الانتاج . كما جاء محصول البرتقال في المرتبة التالية حيث بلغت المساحة المنزرعة بالعينة حوالي 187,5 فدان بمتوسط إنتاجية للفدان بلغت حوالي 12,1 طن، وبلغت كمية الفاقد للفدان من البرتقال حوالي 129 كجم/طن بنسبة 12,9% من اجمالي الانتاج، بينما جاء محصول البطاطس في المرتبة الأخيرة حيث بلغت المساحة المنزرعة بالعينة حوالي 174 فدان بمتوسط إنتاجية للفدان بلغت حوالي 14,3 طن، وبلغت كمية الفاقد للفدان من البطاطس حوالي 126 كجم/طن بنسبة 12,6% من اجمالي الفاقد **الإنتاجي**: كان أعلى فاقد إنتاجي لمحصول الطماطم حيث بلغ للطن حوالي 157 كجم ، في حين بلغ لمحصول العنب حوالي 112 كجم/طن ، كما بلغ لمحصول البرتقال حوالي 94 كجم بينما بلغ حوالي 74 كجم لمحصول البطاطس. وبلغ **الفاقد التسويقي** لمحصول الطماطم للطن حوالي 157 كجم ، وبلغ لمحصول العنب حوالي 88 كجم/طن وبلغ لمحصول البرتقال حوالي 35 كجم وحوالي 52 كجم/طن لمحصول البطاطس.وقدرت قيمة الفاقد بالعينة للبرتقال فتبين أن منتجي العينة يتحملوا خسارة مقدارها حوالي 668 ألف جنيه، وللعنب خسارة مقدارها 2494 ألف جنيه، وللطماطم حوالي 971 ألف جنيه والبطاطس بالعينة حوالي 940 ألف جنيه خسارة كان يمكن أن تضاف إلى أرباحهم.

وبدراسة المشاكل التسويقية والحلول المقترحة لها وفقاً لأراء المزارعين المسوقين تبين ان أهم المشاكل التسويقية للبرتقال التي تواجه المنتجين هي عدم عدالة نظام التعاقد مع التجار و المصدرين ، وفقاً لأراء 52% من المنتجين، يليها مشكلات عدم وجود عمالة مدربة للفرز و التدريج وفقاً لاراء 44% منهم ، ارتفاع نسبة العمولة بسوق الجملة ، ارتفاع تكاليف الجمع بشكل كبير وبالنسبة لمحصول

العنب تبين أن أهم المشاكل التسويقية التي تواجه المنتجين هي ارتفاع تكاليف الجمع، وفقاً لآراء 76% من المنتجين، يليها عدم وجود عمالة مدربة للفرز والتدريج، ضعف إنتاجية العامل وارتفاع أجره، حيث تمثل الأهمية النسبية لكلٍ منهما 50%، 44% من آراء المنتجين، ثم ارتفاع نسبة الفاقد وتمثل نحو 42% من آراء المنتجين، يليها ارتفاع نسبة العمولة بسوق الجملة، مثلت نحو 32% من آراء المنتجين، وبالنسبة لمحصول الطماطم تبين أن أهم المشاكل التسويقية التي تواجه المنتجين هي ضعف ارتفاع تكاليف الجمع بشكل كبير، وفقاً لآراء 82% من المنتجين، يليها ارتفاع نسبة الفاقد، الطرق غير ممهدة وارتفاع تكاليف النقل حيث تمثل الأهمية النسبية لكلٍ منهم 74% من آراء المنتجين، ثم ارتفاع نسبة العمولة بسوق الجملة حيث مثل نحو 42%، يليها عدم وجود عمالة مدربة للفرز والتدريج وتمثل نحو 36%، اما محصول البطاطس فقد تبين أن أهم المشاكل التسويقية التي تواجه المنتجين هي ارتفاع نقص المعلومات السوقية وفقاً لآراء 52% من المنتجين، يليها كلٌ من ضعف إنتاجية العامل وارتفاع أجره، وارتفاع نسبة الفاقد وكانت الحلول المقترحة وفقاً لآراء المنتجين المسوقين توفير المعلومات السوقية، عمل جمعيات أهلية للمساعدة على التسويق، العمل على نشر والتوسع في الزراعة المتعاقدين، تدريب العمال وتحسين إنتاجهم، التوسع في إنشاء أسواق جملة حديثة ومجهزة بالقرب من مناطق الإنتاج، إنشاء مصانع بالقرب من مناطق الإنتاج وكانت الحلول المقترحة وفقاً لآراء تجار التجزئة تقنين نسبة العمولة التي يحصل عليها تاجر الجملة. استخدام عبوات جيدة للمحافظة على المنتج، إنشاء أسواق جملة كبيرة بالقرب من المدن، توفير المعلومات السوقية لتجار التجزئة، إنشاء محطات للفرز والتدريج.

وقد أوصت الدراسة على العمل على توفير المعلومات السوقية للمزارعين في التوقيتات المناسبة، إنشاء أسواق جملة بالقرب من مناطق الإنتاج وتحسين شبكة الطرق، الإهتمام بتوفير العبوات المناسبة لنقل وتداول حاصلات الفاكهة، تجهيز أسواق الجملة بمحطات الفرز والتدريج لمحاصيل الفاكهة، تشجيع الزراعة التعاقدية لضمان السعر مناسب واستقرار الدخل للمزارعين. الأمر الذي يؤدي إلى رفع الكفاءة التسويقية للحاصلات البستانية موضع الدراسة، وكذلك الحد من الفاقد الإنتاجي والتسويقي، مما يترتب عليه زيادة عوائد المزارعين ورفع مستوى رفاهية المستهلك.